

LIAN HARYANI ERDA PRASTYA NPM 19.03.3.1.1.00083. Desain Kemasan Produk Kerupuk Udang dengan Metode *Value Engineering*, dibawah bimbingan **Banun Diyah Probawati, STP., M.Si.** dan **Mojiono, S.TP., M.Si.**

ABSTRAK

Kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan produk. Disamping berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga memiliki peran sebagai sarana promosi dan pembentuk citra merek yang positif di mata konsumen. Desain kemasan kini tidak hanya mengedepankan estetika, tetapi juga menggabungkan elemen pewarnaan, informasi, dan fakta produk dengan tujuan untuk memikat konsumen dalam memilih suatu produk. Permasalahan yang terdapat pada UMKM Ibu Elis saat ini yaitu desain kemasan produknya yang kurang menarik karena kemasan tersebut tidak memiliki label dan atribut penting, seperti penggunaan label sebagai identitas produk, serta gambar dan warna yang menarik. Oleh karena itu, UMKM Ibu Elis perlu memahami atribut kemasan yang diinginkan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu menentukan atribut terpenting dalam pemilihan desain kemasan kerupuk udang dengan menggunakan metode *value engineering* serta membuat rekomendasi usulan desain kemasan kerupuk udang untuk UMKM Ibu Elis. Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa terdapat 5 atribut terpenting dalam pemilihan desain kemasan kerupuk teripang seperti atribut bahan, bentuk, kemudahan, desain, dan label. Serta terdapat 5 alternatif kemasan yang akan direkomendasikan usulan profil atribut kemasan kerupuk udang untuk UMKM Ibu Elis. Hasil penelitian desain kemasan produk kerupuk udang dengan metode *value engineering* yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh UMKM Ibu Elis yaitu terdapat atribut kemasan agar memiliki identitas produk sarana promosi dan pembentuk citra merek yang positif di mata konsumen.

Kata Kunci : Desain Kemasan, Kerupuk Udang, *Value Engineering*

LIAN HARYANI ERDA PRASTYA NPM. 19.03.3.1.1.00083. *Product Packaging Design for Shrimp Cracker with Value Engineering Method. Under the Guidance of Dr. Banun Diyah Probawati, S.TP., M.Si., and Mojiono S.TP., M.Si.*

ABSTRACT

Packaging plays an important role in increasing product sales. In addition to functioning as product protection, packaging also serves as a promotional medium and as a means of creating a positive brand image in the eyes of consumers. Today, packaging design not only emphasizes aesthetics but also combines elements of color, information, and product facts with the aim of attracting consumers to choose a product. The problem currently faced by Mrs. Elis's is that its product packaging design is less attractive because the packaging does not have labels and important attributes, such as labels as product identity, as well as appealing images and colors. Therefore, Mrs. Elis's needs to understand the packaging attributes desired by consumers. The purpose of this study is to determine the most important attributes in selecting shrimp cracker packaging designs using the value engineering method and to develop recommendations for shrimp cracker packaging designs for Mrs. Elis's. Based on the study, the results show that there are five most important attributes in selecting packaging designs, namely material, shape, ease of use, design, and labeling. In addition, there are five alternative packaging options that are recommended as proposed profiles of shrimp cracker packaging attributes for Mrs. Elis's. The results of the shrimp cracker packaging design study using the value engineering method, which can be considered by Mrs. Elis's MSME, indicate that packaging attributes should provide product identity, function as a promotional medium, and help build a positive brand image in the eyes of consumers.

Keywords: *Packaging Design, Shrimp Cracker, Value Engineering*